

ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ В КИТАЕ И БЕЛАРУСИ

Я. В. Семенькова¹⁾, З. Д. Панфилович²⁾

¹⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
anasemenkova22@gmail.com

²⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
zaharpanfil@gmail.com

Научный руководитель: Б. Н. Паньшин

*доктор технических работ, профессор, Белорусский государственный университет,
г. Минск, Беларусь, panshin@bsu.by*

В научной работе рассмотрено понятие креативной экономики, глобальный экспорт креативных товаров и услуг, а также доля этого экспорта. Рассмотрена креативная экономика Китая, как крупнейшего экспортера креативных товаров. Выявлено влияние цифровых платформ на креативную экономику на примере Alibaba, Apple. Проведен анализ креативной экономики Республики Беларусь.

Ключевые слова: креативная экономика; креативные товары и услуги; цифровые платформы.

DIGITAL PLATFORMS OF THE CREATIVE ECONOMY IN CHINA AND BELARUS

Y. V. Semenкова¹⁾, Z. D. Panfilovich²⁾

¹⁾ student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, anasemenkova22@gmail.com

²⁾ student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, zaharpanfil@gmail.com

Supervisor: B. N. Panshin

*doctor of technical works, professor, Belarusian State University, Minsk, Belarus,
panshin@bsu.by*

The scientific work examines the concept of creative economy, global export of creative goods and services, as well as the share of this export. The creative economy of China, as the largest exporter of creative goods, is considered. The influence of digital platforms on the creative economy is revealed using Alibaba and Apple as examples. An analysis of the creative economy of the Republic of Belarus was conducted.

Keywords: creative economy; creative goods and services; digital platforms.

В условиях стремительного развития цифровых технологий и изменения потребительских предпочтений, креативная экономика становится все более значимым компонентом глобальной экономики, обеспечивая культурное разнообразие, экономический рост и инновации.

Термин «креативной экономики» появился еще в 2000 году. Тогда Джоном Хокинсом была выделена особенность этой экономики: система специфических социально-экономических отношений между собственно экономикой и творческим подходом к ее развитию и совершенствованию [6].

И уже с тех пор креативная экономика стала набирать обороты. На рисунке 1 можно заметить, как стремительно выросла торговля креативными товарами и услугами. Правда экспорт услуг значительно превышает экспорта товаров. На 2010 год экспорт услуг составлял 487 миллиардов долларов, а уже в 2020 году превысил оценку в 1,1 триллион долларов, в то время как экспорт товаров вырос всего на 105 миллиарда долларов и составлял в 2020 году 524 миллиарда долларов.

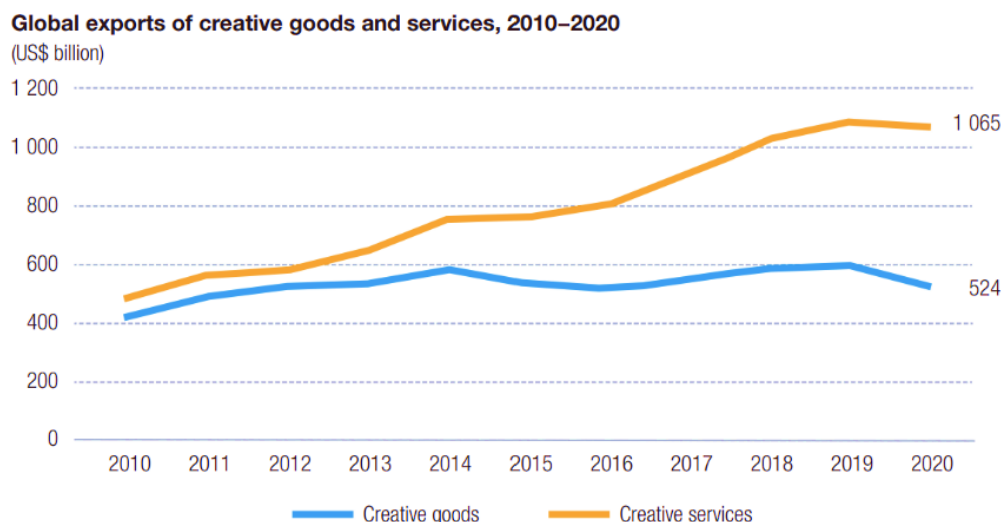


Рис. 1. Глобальный экспорт креативных товаров и услуг, 2010–2020.
Источник: [9]

Стоит отметить, что Китай в 2020 году был крупнейшим экспортером креативных товаров (169 млрд долларов США), обогнав такие развитые страны, как США, Германия, Нидерланды, Япония. На его долю вышло 14.7 % всего экспорта (рис. 2).

В период с 2016 года по 2023 год объём культурного и креативного рынка Китая увеличился в 2,73 раза. Такие изменения в первую очередь связаны с политикой, проводимой государством в отношении развития данных индустрий. Важно отметить, что в каждый из рассматриваемых годов наблюдался рост данного сектора, замедление отмечалось лишь в период пандемии 2019–2020 гг., тем не менее наблюдался рост.

Китай владеет такими крупными интернет-компаниями, как Alibaba, Baidu, Tencent.

Alibaba позволяет креативным предпринимателям продавать свои товары и услуги широкой аудитории как в Китае, так и в других странах. Компания так же инвестирует в искусственный интеллект и большие данные, поддерживает стартапы и малые компании в креативных отраслях, способствует распространению и монетизации креативного контента, развивает логистическую инфраструктуру, способствует выходу китайских креативных брендов на международные рынки. Таким образом, Alibaba не только создает возможности для креативных предпринимателей, но и способствует развитию экосистемы, которая поддерживает инновации и рост креативной экономики Китая. Компании Baidu и Tencent работают по такому же принципу.

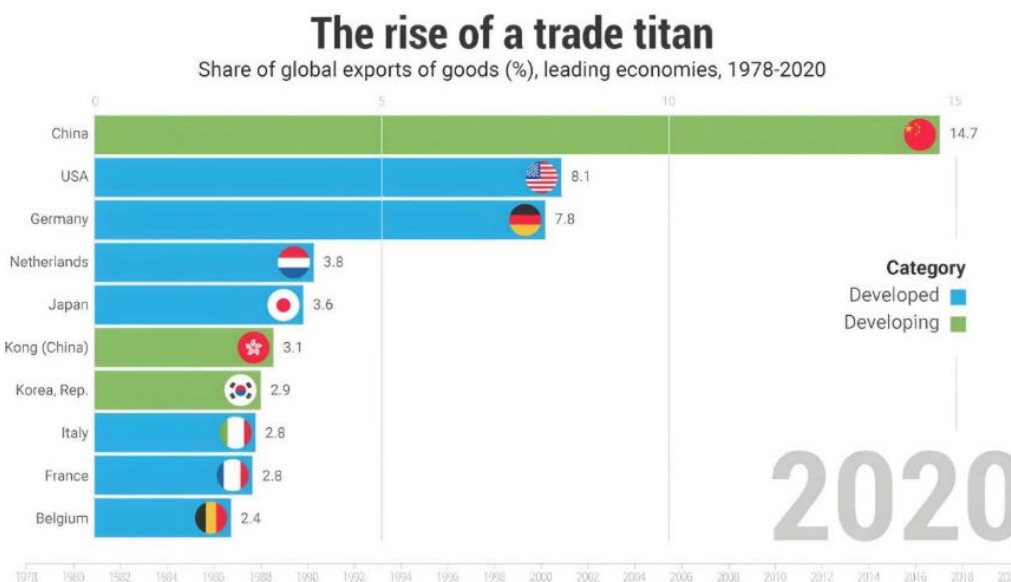


Рис. 2. Доля глобального экспорта товаров.

Источник:[8]

Всем известный TikTok – цифровая платформа для создания и просмотра коротких видео. Китайская ByteDance, которой принадлежит соцсеть TikTok, получила рекордную прибыль в 2022 году, которая выросла на 79 % в годовом выражении и составила порядка \$25 млрд. Это произошло благодаря тому, что рекламодатели стали еще активнее тратить деньги на TikTok и его аналога для китайского рынка – Douyin. Как мы видим на рис. 3, на конец 2023 года выручка TikTok \$50 млрд.

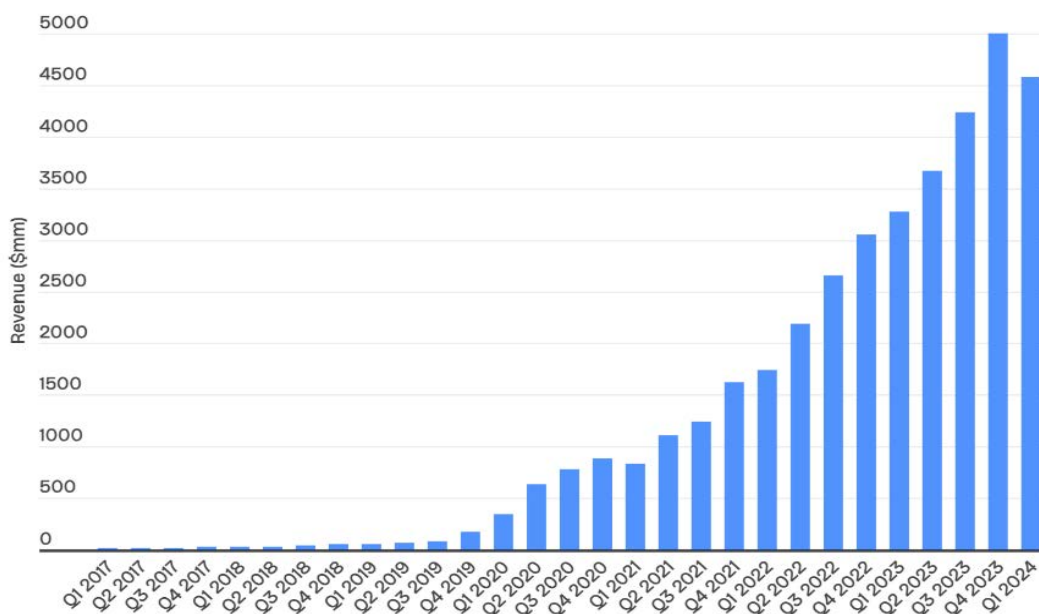


Рис. 3. Квартальная выручка TikTok с 2017 по 2024 год (млн долл.).
Источник: [7]

В республике Беларусь цифровые платформы активно развиваются и охватывают такие сферы, как искусство, музыка, дизайн так далее. С примерами таких платформ можно ознакомиться в таблице ниже.

Таблица

Цифровые платформы креативной экономики Республики Беларусь

Цифровая платформа	Описание	Источник
Art Belarus	Инициированный Белгазпромбанком национальный историко-культурологический проект, целью которого является развитие на основе образовательных программ творческого мышления и инициативы деятелей культуры, продвижение их творчества внутри страны и за рубежом.	Artbelarus.by [1]
Cultura.by	Онлайн-ресурс, посвященный культурным событиям, выставкам и творческим проектам в Республике Беларусь.	Министерство культуры Республики Беларусь [3]
Беларуская музыка	онлайн-ресурс, поддерживающий белорусских музыкантов, позволяющий делиться музыкой и организовывать события.	Беларуская музыка [2]
Беларусьфільм	Платформа с информацией о белорусском кино, фильмах и фестивалях	Официальный сайт киностудии Беларусь-фільм [4]
Белорусская ассоциация журналистов	Ресурс для медиа-профессионалов, предлагающий информацию о журналистских проектах и инициатив.	Беларуская асацыяцыя журналістаў [5]

Данные занятости Национального статистического комитета Республики Беларусь представлены по группам экономической деятельности. И если выделить те сферы, в которых может быть задействован креативный класс, то получится следующий список: информация и связь (102,5 тыс. человек); услуги по временному проживанию и питанию (78,7 тыс.); искусство, развлечение и отдых (71,4 тыс.); профессиональная, научная и техническая деятельность (109,6 тыс.); и другие прочие виды услуг (38,2 тыс.). В итоге, на 2023 год примерно 400,4 тыс. людей являлись творческими сотрудниками.

Таким образом, цифровые платформы играют ключевую роль в креативной экономике. С помощью таких платформ, как Alibaba, TikTok и многие другие, креативные профессионалы получают доступ к глобальным рынкам, ресурсам для продвижения и инструментам для анализа потребительских предпочтений. Это создает благоприятную экосистему для инноваций, сотрудничества и роста. Однако не стоит забывать и о вызовах, которые появляются с ростом цифровых платформ.

Библиографические ссылки

1. Арт-Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://artbelarus.by/ru/about.html> (дата обращения: 17.09.2024).
2. Беларуская музыка [Электронный ресурс]. URL: https://t.me/belarus_belmus (дата обращения: 18.09.2024).
3. Министерство культуры Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://kultura.by/> (дата обращения: 17.09.2024).
4. Официальный сайт киностудии Беларусьфильм [Электронный ресурс]. URL: https://t.me/belarus_belmus (дата обращения: 19.09.2024).
5. Беларуская асацыяцыя журналістаў [Электронны рэсурс]. URL: <https://baj.media/> (дата доступа: 20.09.2024).
6. The creative economy: how people make money from ideas [Electronic resource]. URL: https://archive.org/details/creativeeconomyh0000howk_k3z2/page/n7/mode/2up (date of access: 15.09.2024).
7. TikTok Revenue and Usage Statistics 2024 [Electronic resource]. URL: <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/> (date of access: 15.09.2024).
8. China's Economy: 40 Years of Soaring Exports [Electronic resource]. URL: <https://www.visualcapitalist.com/chinas-economy-40-years-of-soaring-exports/> (date of access: 14.09.2024).
9. Creative economy outlook 2022 [Electronic resource]. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf (date of access: 13.09.2024).